

DE ZONNEBLOEM EN HANS ANDERS LANCEREN WHITEPAPER VOOR TOEGANKELIJKE WINKELS

Praktische oplossingen helpen retailers om fysieke, digitale en sociale drempels weg te nemen.

Uit onderzoek van Nationale Vereniging de Zonnebloem blijkt dat 73 procent van de mensen met een lichamelijke beperking een winkelbezoek overslaat vanwege toegankelijkheidsproblemen. Om winkeliers te helpen deze drempels weg te nemen, lanceren de Zonnebloem en Hans Anders vandaag, bij de start van de Week van de Toegankelijkheid, de whitepaper Toegankelijkheid loont. De whitepaper biedt retailers een praktisch stappenplan om hun winkels fysiek, digitaal en sociaal toegankelijker te maken.

Veel winkeliers denken bij toegankelijkheid aan kostbare verbouwingen. De samenwerking tussen de Zonnebloem en Hans Anders laat juist zien dat ook kleine aanpassingen direct verschil kunnen maken. Denk aan duidelijke informatie op de website, vrije gangpaden, een mobiel pinapparaat en medewerkers die klanten rechtstreeks en gelijkwaardig aanspreken.



Praktijkervaring als basis

Om te achterhalen welke drempels klanten met een lichamelijke beperking ervaren, bezochten getrainde mystery guests winkels van Hans Anders. Ook werden winkels professioneel onderzocht op toegankelijkheid en dachten storemanagers mee over haalbare

oplossingen. Zo werd de volledige klantreis in kaart gebracht vanuit het perspectief van klanten met een lichamelijke beperking. Deze inzichten leidden tot concrete verbeteringen. Zo kwamen er extra hulpmiddelen in winkels, werd de informatievoorziening aangescherpt en ontwikkelden de partners een e-learning over inclusieve klantbehandeling. Daarnaast wordt toegankelijkheid meegenomen bij nieuwe winkels en geplande verbouwingen.

“Bij Hans Anders zeggen we altijd dat we er voor iedereen zijn. Iedereen moet zich welkom voelen in onze winkels. Dan moet je ook eerlijk durven kijken: zijn we dat écht?

Toegankelijkheid gaat voor ons over die vraag serieus nemen en er ook naar handelen. Niet door te zoeken naar perfectie, maar door vandaag al te verbeteren wat kan,” aldus Rian van Koulil, Director Corporate Communications bij Hans Anders.

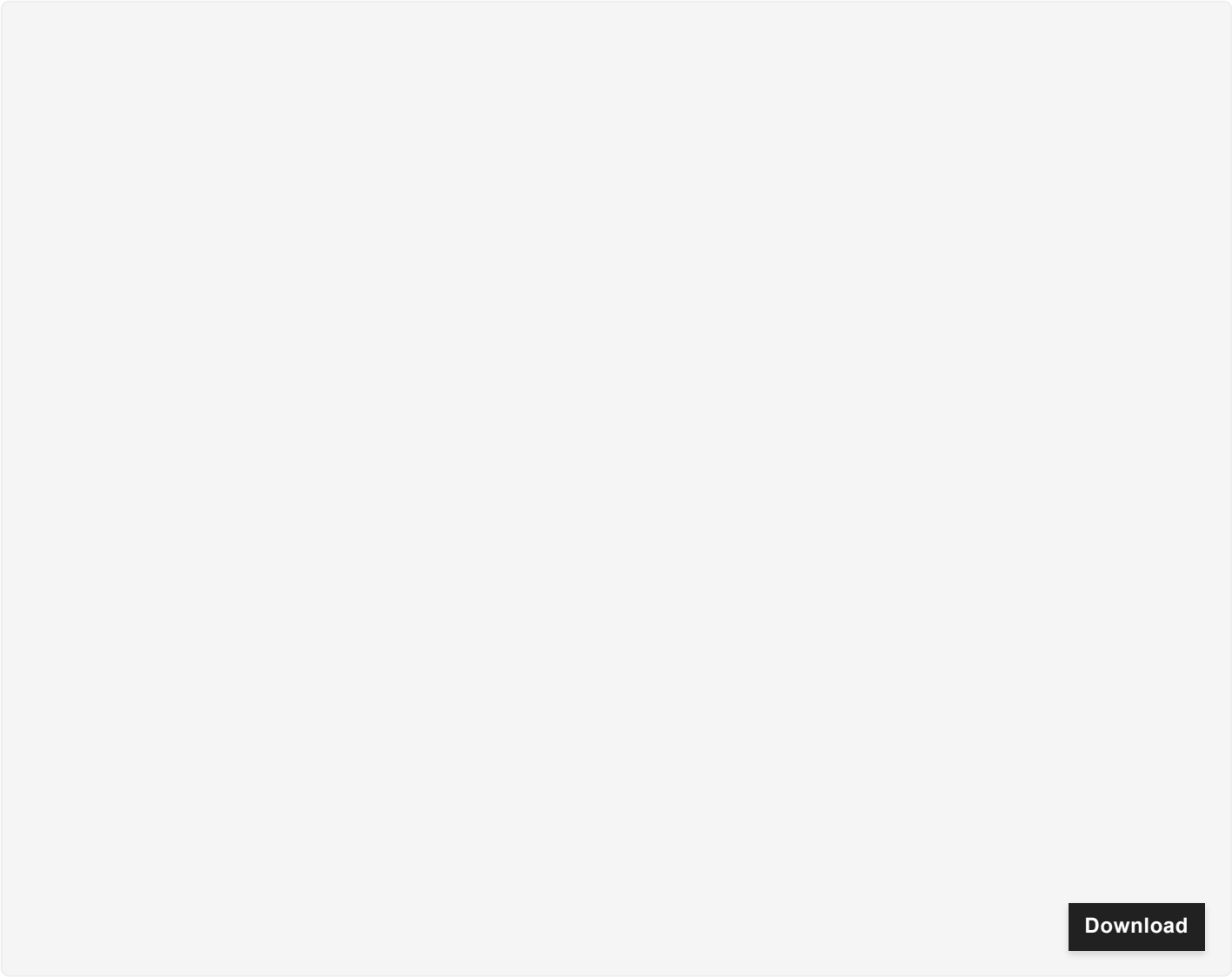
Rob Verberne, toegankelijkheidsexpert bij de Zonnebloem: *“Veel winkeliers willen hun winkel toegankelijker maken, maar weten niet goed waar ze moeten beginnen. Deze samenwerking laat zien dat je niet hoeft te wachten tot alles perfect kan. Door te luisteren naar ervaringsdeskundigen en stap voor stap verbeteringen door te voeren, kun je vandaag al zorgen dat meer klanten zelfstandig en gelijkwaardig kunnen winkelen.”*



Van inzicht naar actie

De whitepaper Toegankelijkheid loont vertaalt de ervaringen uit de samenwerking naar een praktisch vijfstappenplan. Daarmee kunnen retailers gericht onderzoeken waar klanten drempels ervaren en bepalen welke verbeteringen direct of op langere termijn mogelijk zijn. Zo wordt toegankelijkheid geen ingewikkeld project, maar een proces waarmee iedere winkel vandaag kan beginnen.

De whitepaper is vanaf vandaag te downloaden via zonnebloem.nl/winkels. Retailorganisaties kunnen bij de Zonnebloem ook terecht voor belevingsworkshops, toegankelijkheidsscans en praktisch advies.

[Download](#)

Noot voor de redactie

Voor meer informatie over de campagne, de samenwerking met Hans Anders en de whitepaper, aanvullende gegevens of interviewverzoeken kan contact worden opgenomen met Britt de Rooij, communicatieprofessional bij Nationale Vereniging de Zonnebloem, via 06 13 30 72 61 of pers@zonnebloem.nl.

About Nexeye

nexeye is an international optical retail group focused on providing accessible, high-quality eye and hearing care at affordable prices. With a strong portfolio of brands, nexeye serves millions of customers across Europe. The group combines scale and entrepreneurship with craftsmanship, innovation and a strong customer focus.

nexeye has a clear growth strategy and is strongly focused on international expansion in the coming years. Through autonomous growth and the continued rollout of its retail concepts, the group aims to grow to **1,000 stores across Europe**.

The brands of nexeye

Hans Anders was founded in 1982 and is the volume market leader in the Netherlands. The brand is known for its strong value-for-money proposition in eyewear, contact lenses and hearing solutions, and operates 394 stores in the Netherlands and Belgium.

The international expansion of nexeye is primarily driven by **eyes + more**. This retail concept differentiates itself through a strong, fashion-forward assortment, transparent fixed pricing and an accessible in-store experience. eyes + more makes eye care simple, stylish and affordable, appealing to a broad and international customer base. The chain currently operates more than 300 stores across Germany, the Netherlands, Belgium and Austria and continues to grow rapidly.

In Sweden, nexeye is also active with the optical retail chain **Direkt Optik**, which operates 33 stores.

Contact details

Rian van Koulik

Director Brands & Corporate Communications

rian.van.koulik@nexeye.com

[+31 6 126 838 24](tel:+31612683824)

Copy link

<https://news.nexeye.com/nl-WW/272875-de-zonnebloem-en-hans-anders-lanceren-whitepaper-voor-toegankelijke-winkels/>